مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال هفدهم، شمارهٔ ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۸، شمارهٔ پیاپی ۳۳

DOI: 10.22067/geography.v17i2.70282

مقالهٔ پژوهشی

بررسی عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در کارآفرینی روستایی (نمونهٔ موردمطالعه: شهرستان فاروج)

محمدرضا دربان آستانه (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

d.astaneh@pnu.ac.ir

حمید شایان (استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسندهٔ مسئول)

shayan34@ferdowsi.um.ac.ir

علی‌اکبر عنابستانی (استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

anabestani@um.ac.ir

حمداله سجاسی قیداری (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

ssojasi@um.ac.ir

صص ۱۰۰ ـ ۶۷

چکیده

اهداف: وجود تنگناهای مرتبط با بخش روستایی به‌ویژه ضعف در ارتقای توان اشتغال‌زایی ایجاب می‌کند که تنها راهکار مؤثر در این زمینه، رونق کارآفرینی ازطریق نوآوری باشد؛ بنابراین، هدف از انجام این پژوهش شناخت عوامل مؤثر در نوآوری در کارآفرینی در شهرستان فاروج است تا از این طریق گامی در مسیر توسعهٔ مناطق روستایی برداشته شود.

روش: برای رسیدن به هدف تحقیق، از روش تحقیق ترکیبی (توصیفی-تحلیلی) استفاده شده است. جامعهٔ آماری همهٔ کارآفرینان و نوآوران شهرستان به تعداد ۶۳ نفر بودند که در ۱۰ سال گذشته به‌عنوان افراد خلاق و نوآور در زمینهٔ کارآفرینی در استان معرفی شده‌اند. تمام جامعهٔ آماری به‌صورت تمام‌شماری در این مطالعه شرکت کردند. برای تحلیل کیفی از دو گروه دیگر شامل ۲۲ استاد خبرهٔ دانشگاهی و ۲۱ کارشناس ادارات مرتبط با امور روستایی نیز استفاده شده است. روایی ابزار پژوهش با بهره‌گیری از نظرهای کارشناسان و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۷ تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۰۸/۰۹

(α =۰/۸۹۸) تأیید شد. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS و متناسب با مقیاس متغیرها از آزمون‌های خی دو، فریدمن، تی تک‌نمونه‌ای و تحلیل واریانس استفاده شد.
نتایج/ یافته‌ها: براساس نتایج توصیفی پژوهش مشخص شد که شاخص ویژگی‌های فردی و خانوادگی با آمارهٔ ۳/٤٤ و شاخص آموزش و پژوهش با آمارهٔ ۳/۳۷ بیشترین میانگین را به‌عنوان شاخص‌های ساختاری نوآوری روستایی داشتند. نتایج آزمون فریدمن برای مقایسهٔ میزان تأثیر و اولویت‌بندی هریک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری در کل جامعهٔ پاسخگو، نشان‌دهندهٔ معناداری آزمون بود؛ درنتیجه، ویژگی‌های فردی و خانوادگی بالاترین اولویت را دارند. همچنین، نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای مشخص کرد که مقدار تی در تمام شاخص‌ها و متغیر نوآوری روستایی از مقدار متوسط (یعنی ۳) بیشتر است و ویژگی‌های فردی یکی از شاخص‌های مهم در نوآوری روستایی است. در انتها براساس نتایج آزمون تحلیل واریانس (آنوا) مشخص شد که بین عوامل مؤثر در نوآوری در فرایند کارآفرینی روستایی تفاوت وجود دارد؛ به‌طوری‌که از نظر اساتید «عوامل فراملی و خارجی»، به عقیدهٔ کارشناسان «عوامل فراملی و خارجی» و از نظر نوآوران «عوامل فردی» مهم‌ترین عامل هستند.
کلیدواژه‌ها: عوامل ساختاری، نوآوری، کارآفرینی روستایی، شهرستان فاروج.

۱. مقدمه

درحال‌حاضر، اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبود و سوء مدیریت‌هایی است که به وضعیت نابهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و مواردی از این قبیل منجر شده است. در سال‌های اخیر، جامعهٔ روستایی وظیفهٔ خود را در دو بخش به‌خوبی انجام داده است: اول تأمین موادغذایی موردنیاز شهرها با هزینه‌های گزاف و دوم تأمین نیروی کار موردنیاز شهرها با مهاجرت نیروی جوان روستایی و تبدیل شهرها به بهشت نیروی خدماتی ارزان است. درمقابل، شهرها که باید مرکز عرضهٔ نوآوری‌ها در کاهش هزینه‌های روستا باشند، به دو دلیل نتوانسته‌اند وظیفهٔ خود را

به‌درستی انجام دهند: اول اینکه شهرها در بخش تولید نوآوری و فناوری ناکام بودند یا رشد بسیار ضعیف داشتند و در ورود نوآوری و فناوری از خارج اقدام مؤثری انجام ندادند؛ بلکه حتی تعرفه‌های گمرکی گزافی به آن تحمیل کرده‌اند؛ دوم اینکه علاوه‌بر حذف تعرفهٔ ورود محصولات وارداتی مشابه خارجی، ارزهای ویژه از درآمدهای نفتی صرف کاهش قیمت تولیدات کشاورزی وارداتی شده است.

درمقابل، کشورهای بزرگ صنعتی به‌دلیل وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده‌اند و به نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. آن‌ها بخشی از این نوآوری‌ها را در اختیار روستاییان برای کاهش هزینه‌های تولید قرار دادند تا قیمت تمام‌شدهٔ محصولات کاهش یابد و موجب افزایش درآمد روستاییان و کسب موفقیت بیشتر در رقابت جهانی شود.

براین‌اساس، موانع و چالش‌های موجود در کشور موجب توسعه‌نیافتگی به‌خصوص در مناطق روستایی شده‌اند؛ ازاین‌رو، در ایران تنها ۱۰ درصد از کارآفرینان به شروع فعالیت‌های کسب‌وکار خود موفق می‌شوند و ۹۰ درصد باقی‌مانده در مرحلهٔ راه‌اندازی متوقف می‌شوند (امیری، ۱۳۹۲، ص. ۸۳). مطابق گزارش بانک جهانی از فضای کسب‌وکار، از بین ۱۹۰ کشور جهان، در سال ۲۰۱۸ ایران در جایگاه ۱۲٤ قرارگرفت که نشان می‌دهد آغاز کسب‌وکار در ایران دشوار شده است (بانک بین المللی بازسازی و توسعه، ۲۰۱۸). این موضوع نشان‌دهندهٔ وضعیت نابسامان اشتغال در کشور است. شالودهٔ مباحث کارآفرینی اتکا به نوآوری است. نبود ابتکار، خلاقیت و نوآوری اشتغال پایدار را ایجاد نخواهد کرد و هر میزان که شغل و حرفه‌ای از نوآوری فاصله گیرد، به همان اندازه در فضای رقابتی منطقه و جهان از توسعه باز خواهد ماند و نابود خواهد شد؛ بنابراین، طبق دیدگاه‌های گذشته کارآفرینی نگرشی همراه با نوآوری در خود دارد، ولی این رویکرد در کشور به‌مرور براساس سیاست‌گذاری‌های فعلی به اشتغال‌زایی نزدیک‌تر شده است؛ یعنی تکرار یک فعالیت بدون تطابق آن با شرایط مکانی و زمانی و تغییر نیازهای آن جامعه و نیز به‌کارنگرفتن و استفادهٔ بجا از فناوریِ موردنیاز است.

استان خراسان شمالی به‌عنوان یک استان محروم (با نرخ بیکاری ١٤/٢ درصد) در مقایسه با نرخ بیکاری کشور (١٠/٦) در وضعیت بسیار نامناسب‌تر قرار دارد و طبق آمار تابستان

۱۳۹۳، خراسان شمالی بیشترین نرخ بیکاری را در کشور در حدود ۱٦/۲ درصد داشته است (مرکز آمار، ۱۳۹۳) که شهرستان فاروج نیز دارای شرایطی مشابه است. نرخ پایین اشتغال به صنعت و نرخ بالای بیکاری در شهرستان را می‌توان دلیل اهمیت درک چالش‌های فراروی کارآفرینی دانست. جمعیت شهرستان فاروج در سال ۱۳۸۵ تعداد ٤۹٦۹۳ نفر و در دورهٔ بعد یعنی در سال ۱۳۹۰ به ٥۲۳٦٤ نفر افزایش یافت، ولی متأسفانه در سرشماری سال ۱۳۹۵ به ٤۹۲۷۱ نفر کاهش یافت و نرخ جمعیت شهرستان بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ با رشد منفی ۱/۲۱- مواجه شد که در بین شهرستان‌های استان بعد از شیروان بالاترین نرخ رشد منفی جمعیت را دارد (سرشماری نفوس و مسکن خراسان شمالی، ۱۳۹۵). این موضوع مهاجرت شدید از این شهرستان به‌سوی سایر نقاط کشور را نشان می‌دهد.

مسئلهٔ اصلی در این تحقیق شناخت عوامل مؤثر در توسعهٔ نوآوری‌های روستایی درراستای افزایش بهره‌وری در تولید و رونق اقتصادی و همچنین، ایجاد کارآفرینی پایدار و کاستن از شدت مهاجرت‌های روستایی است. در دوران کنونی به‌نظر می‌رسد مهم‌ترین چالش روستاهای منطقه و ایران زیادبودن هزینه‌های تولید در تمامی بخش‌هاست. با توجه به ظرفیت‌های محیطی و میزان ٦۷/٦۸ درصدی جمعیت روستایی شهرستان فاروج، به‌نظر می‌رسد تنها راه توسعهٔ شهرستان، کاهش هزینه‌ها در تمامی مراحل تولید به کمک نوآوری است؛ بنابراین، در پژوهش حاضر برآنیم به این سؤال پاسخ دهیم: عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در فرایند کارآفرینی در مناطق روستایی چیست؟

۲. پیشینهٔ تحقیق

مطالعه پژوهش‌های قبلی می‌تواند برای محقق با هدف شناخت موضوع و تطبیق اهداف مطالعه مؤثر واقع شود. در این خصوص به بخشی از آثار داخلی و خارجی اشاره می‌شود که در روند تهیه و تکمیل این پژوهش نقش داشته‌اند؛ اگرچه در زمینهٔ عوامل ساختاری در نوآوری روستایی در ایران تحقیق خاصی انجام نشده است و درمورد نوآوری‌های روستایی نیز پژوهشی به‌صورت سیستمی انجام نگرفته است. پژوهش‌های انجام‌شده در زمینهٔ کارآفرینی و نوآوری روستایی در جدول (۱) ارائه شده‌اند.

جدول ۱- تحقیقات انجام‌شده در زمینهٔ نوآوری و کارآفرینی روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

نویسنده	عنوان	نتایج
زالی و رضوی (۱۳۸۷)	موانع توسعهٔ کارآفرینی در ایران	خطرپذیری مالی زیاد، ناتوانی در تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار و موانع اداری از مهم‌ترین عوامل ضد انگیزشی کارآفرینی در ایران هستند.
یعقوبی (۱۳۸۷)	عوامل مؤثر بر کارآفرینی در جوامع روستایی و کشاورزی	به‌ترتیب چهار عامل فردی شامل میزان دانش و اطلاعات، خوش‌بینی یا تفکر مثبت، مهارت در مدیریت مالی و اعتمادبه‌نفس بیشترین تأثیر را در موفقیت کارآفرینی در بخش کشاورزی دارند.
رکن‌الدین افتخاری و سجاسی قیداری (۱۳۸۹)	توسعهٔ روستایی با تأکید بر کارآفرینی	کارآفرینی را به‌عنوان موتور حرکت توسعه و ازجمله توسعهٔ اقتصادی روستا دانسته‌اند و کارآفرینان را عامل انرژی‌بخش و به‌جریان‌انداختن حرکت و ایجادکنندهٔ خلاقیت و نوآوری دانسته‌اند.
فراهانی و حاج حسینی (۱۳۹۰)	نقش کارآفرینی روستایی در توسعهٔ پایدار روستایی (مطالعهٔ موردی دهستان زین‌آباد)	راهکارهای مهم توسعهٔ پایدار روستایی در محدودهٔ موردمطالعه، ایجاد اشتغال و مهم‌ترین ابزار آن کارآفرینی است که باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و درنتیجه، سبب افزایش درآمد مردم می‌شود.
علیدوست و لشکرآرا (۱۳۹۱)	اولویت‌بندی موانع توسعهٔ کارآفرینی زنان روستایی گرمسار	موانع اقتصادی و آموزشی مهم‌ترین موانع در مسیر توسعهٔ کارآفرینی هستند.
سعیدا اردکانی و همکاران (۱۳۹۲)	شناسایی عوامل مؤثر بر توسعهٔ نوآوری فردی	عوامل هفتگانه‌ای شامل تعامل، رهبری، ارتباطات، دانش، یکپارچگی، حمایت سازمانی و انگیزش اثر معناداری بر نوآوری دارند. از بین این عوامل، متغیر دانش تأثیر بیشتری بر نوآوری می‌گذارد.
قدیری معصوم، چراغی، کاظمی و زارع (۱۳۹۳)	موانع توسعهٔ کارآفرینی روستایی در دهستان غنی‌بیگلوی زنجان	مهم‌ترین موانع پایین‌بودن احساس تعلق میان جوانان روستا، نبود فرصت‌های کاری مناسب در روستا، فقر روستایی و کم‌بودن سرمایهٔ مالی، نبود تجربهٔ ایجاد کسب‌وکار جدید و کم‌بودن تجربهٔ کاری در واحدهای تولیدی، کم‌بودن خطر پذیرش شغل جدید و امکان‌نداشتن تغییر شغل در محیط روستا هستند.
حیدری ساربان (۱۳۹۳)	مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان روستایی	شش مؤلفهٔ مؤثر در موفقیت کارآفرینان شامل توانمندسازی، تقویت زیرساخت‌های اقتصادی، قانونی و اطلاع‌رسانی، تقویت

نویسنده	عنوان	نتایج
		انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفیت‌سازی و تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده بوده‌اند که عامل توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی مهم‌ترین عامل بوده است.
شهبازی، حسن‌زاده و جعفرزاده (۱۳۹۳)	بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی	پژوهشگران این مطالعه تأثیر توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه و پیشرفت در زمینهٔ نوآوری‌های فنی بر عملکرد اقتصادی را تأیید کردند. آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که رابطه مثبت و معناداری بین کارآفرینی و نوآوری با رشد اقتصادی وجود دارد
رضوانی، آگهی، علی‌بیگی و زرافشان (۱۳۹٤)	شناسایی چالش‌های بازاریابی کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه	موانع سیاسی، اقتصادی و فنی چالش‌های مهم بازاریابی کارآفرینان شناسایی شدند؛ چالش‌هایی همچون ضعف نظام قیمت‌گذاری، نامناسب‌بودن سامانهٔ اطلاعات، کمبود امکانات زیرساختی و غیره.
قادر مرزی، جمشیدی، جمینی و نظری سرمازه (۱۳۹٤)	شناسایی موانع توسعهٔ کارآفرینی زنان روستایی در دهستان شلیل شهرستان اردل	سه متغیر نبود پشتوانهٔ مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقهٔ ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی و توانایی‌نداشتن در رقابت با مردان در عرصهٔ اقتصاد و تجارت، به‌ترتیب مهم‌ترین موانع توسعهٔ کارآفرینی زنان شناسایی شدند.
کاشیک[1] (۲۰۰٦)	چگونگی آموزش حقوق بشر و کارآفرینی در مناطق روستایی (زنان روستایی کشور هند)	ترویج کارآفرینی از طریق آموزش زنان مؤثر است.
پاتل و چاود[2] (۲۰۱۳)	موانع و چالش‌های کارآفرینی روستایی هند	مهم‌ترین موانع روستایی را به ترتیب مشکلات مالی، بازار، مدیریتی و پایین بودن سطح مهارت منابع انسانی می‌داند.
مارتین و نوکوویک[3] (۲۰۱۰)	نقش کارآفرینی اجتماعی در بین کشاورزان (مطالعهٔ موردی کشاورزان کنیا)	موفقیت کارآفرینی تا حدودی به فرد و نهاد رهبری مرتبط است، اما آشنایی با فرهنگ و یادگیری گروهی نیز در برنامهٔ توسعهٔ کارآفرینی مؤثر است
پون، تاهی و نایبور[4] (۲۰۱۲)	نقش سرمایهٔ اجتماعی در کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مطالعهٔ موردی کشور ویتنام)	وجود سرمایهٔ اجتماعی، تمایل زنان از کارآفرینی خانوادگی را به کارآفرینان سازمانی افزایش می‌دهد و دسترسی و فاصله تا بازار نیز بر آن تأثیر دارد.

1. *Kaushik*
2. *Patel & Chavda*
3. *Martin & Nonicevic*
4. *Poon, Tahi & Naybor*

نویسنده	عنوان	نتایج
ساکسنا[1] (۲۰۱۲)	موانع واقعی پیش روی کارآفرینی روستایی	راهکارهای توسعهٔ کارآفرینی تأمین مالی و دادن تسهیلات به کارآفرینان، ایجاد انگیزهٔ کارآفرینی در جوانان، آموزش مهارت‌های کارآفرینی و حمایت دولت از کارآفرینان هستند.
ساندی و کومار[2] (۲۰۱۱)	کارآفرینی، چالش‌ها و فرصت‌ها	مهم‌ترین موانع کارآفرینی، موانع خانوادگی، اجتماعی، فناوری، مالی و سیاسی هستند.

بنابراین، عوامل متعددی به توسعهٔ کارآفرینی در مناطق روستایی منجر می‌شوند. همان‌طورکه به‌صورت مختصر نشان داده شد، هریک از محققان از جنبه یا بعد خاصی به عوامل مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی مناطق روستایی توجه کرده‌اند و مهم‌تر از همه اینکه به عامل نوآوری که کلید اصلی کارآفرینی است، یا اشاره نشده است یا به‌طور سطحی مطالعه شده است. درصورتی‌که کشورهای توسعه‌یافته اساسی‌ترین راه اشتغال‌زایی و کارآفرینی به‌خصوص در بخش روستایی را نوآوری می‌دانند و تلاش بر این است که عامل نوآوری را پررنگ کند. این مطلب از دو جنبه اهمیت دارد: اول اینکه موجب افزایش درآمد با کاهش هزینه‌ها می‌شود دوم اینکه، موجب جایگزینی شغل و حرفه‌های جدید با شغل‌های سنتی می‌شود که درحال نابودی هستند.

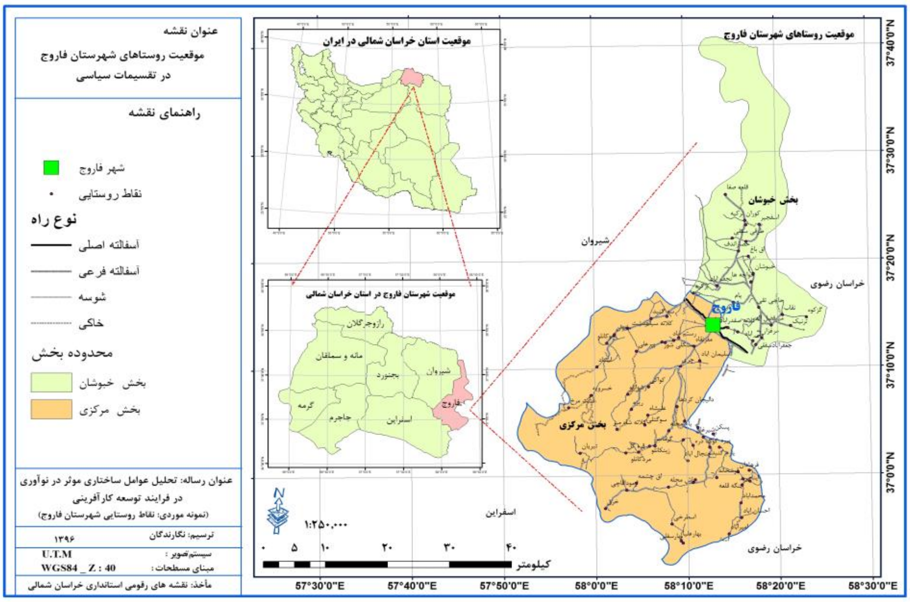
۳. روش‌شناسی تحقیق

۳. ۱. معرفی محدوده و قلمرو تحقیق

شهرستان فاروج واقع در شرق استان خراسان شمالی با ۱٦۱۵ کیلومترمربع وسعت، ٦ درصد از مساحت کل استان را به خود اختصاص داده است. این شهرستان بین مدارهای ۳٦ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۱۵ دقیقهٔ عرض شمالی و ۵۷ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۲۰ دقیقهٔ طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع است. از سمت شرق به شهرستان قوچان، از شمال به کشور ترکمنستان و بخش باجگیران در خراسان رضوی، از جنوب به

1. *Saxena*
2. *Santhi & Kumar*

شهرستان‌های اسفراین، سبزوار و نیشابور و از غرب به شهرستان شیروان محدود است. ارتفاع متوسط آن از سطح دریا، ۱۱۹٦ متر است (سالنامهٔ آماری خراسان شمالی، ۱۳۹۲).



شکل ۱- تقسیمات سیاسی و موقعیت شهرستان فاروج

مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)

۳. ۲. روش تحقیق

روش تحقیق در این نوشتار براساس هدف از نوع کاربردی و براساس ماهیت، توصیفی- تحلیلی است. جامعهٔ آماری تحقیق همهٔ کارآفرینان نوآور روستاهای شهرستان فاروج بودند که از طریق ادارات صنعت و معدن، تعاون، جهاد کشاورزی و فرمانداری طی ۱۰ سال انتخاب شدند و در سطح استان و کشور مقام‌هایی را کسب نموده‌اند؛ بنابراین، با توجه به معلوم‌بودن حجم جامعه که ٦۳ نفر است، جامعهٔ آماری تمام‌شماری می‌شود و با مراجعه به آن‌ها پرسش‌نامهٔ تحقیق تکمیل می‌شود. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش میدانی، پرسش‌نامه‌ای با ٥۸ سؤال بود که برای تحلیل عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در فرایند کارآفرینی، در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت تهیه شد. همچنین، برای تحلیل کیفی نتایج، سه گروه اساتید و خبرگان دانشگاهی، کارشناسان شهرستان وکارآفرینان نوآور روستایی برای تکمیل پرسش‌نامه

انتخاب شدند. برای معتبرکردن پرسش‌نام پژوهش، پرسش‌نامهٔ طراحی‌شده ابتدا در اختیار متخصصان و اساتید صاحب‌نظر و نیز کارشناسان جهاد کشاورزی قرار گرفت و پس از دریافت نظرهای اصلاحی آن‌ها و تعدیل برخی نظرها، مرحلهٔ پیش‌آزمون پرسش‌نامه با دو نفر از اساتید و کارشناسان به‌عنوان نمونهٔ مقدماتی انجام شد.

یکی از روش‌های موجود به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری، روش سنجش سازگاری درونی آن است که در این پژوهش با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد و با ضریب آلفای ۰/۸۹۸ پایایی پرسش‌نامه تأیید شد. جدول (٤) ضریب آلفای کرونباخ در متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. درنهایت، ٦٣ پرسش‌نامه توسط کارآفرینان نوآور، ۲۲ پرسش‌نامه توسط اساتید خبره در بخش کارآفرینی دانشگاه فردوسی مشهد و ۲۱پرسش‌نامه توسط کارشناسان بخش اداری ازجمله فرمانداری، جهاد کشاورزی، کمیتهٔ امداد، بهزیستی و سایر اداره‌های مرتبط که به‌عنوان تسهیل‌کنندگان به‌صورت مستقیم با نوآوری و کارآفرینی بخش روستایی ارتباط داشتند، تکمیل شد. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. در بخش تحلیل داده‌ها متناسب با مقیاس متغیرها از آزمون‌های خی‌دو و فریدمن، t تک‌نمونه‌ای و تحلیل واریانس استفاده شد.

جدول ۲- ضریب آلفای کرونباخ شاخص‌های ساختاری نوآوری روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

شاخص	گویه	تعداد سؤال‌ها	ضریب آلفا کرونباخ
قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری	درک و شناخت نمایندگان مجلس از ظرفیت مناطق روستایی، دسترسی روستاییان به فناوری‌های سایر کشورها با سیاست‌گذاری‌های دولتی، تأمین منافع نوآوری روستایی با قوانین مالکیت فکری و معنوی کشور، شفافیت قوانین ثبت نوآوری روستایی کشور، واگذاری‌های امور دولت به شرکت‌های تابع دولت، روند خصوصی‌سازی، وجود قوانین نظارتی مجلس، نقش نمایندگان مجلس به‌عنوان ناظر بر اجرای قوانین	۸	۰/۸۰۷
زیرساخت	دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی ازجمله نفت، گازوئیل و بنزین، سهولت دسترسی روستاییان به جاده، راه‌آهن و بندرها، هزینه‌های حمل	۷	۰/۷٦۱

شاخص	گویه	تعداد سؤال‌ها	ضریب آلفا کرونباخ
	کالاهای تولیدی روستاییان در کشور، دسترسی روستاییان به منابع انـرژی ازجمله آب، برق، گاز و غیره، هزینه‌های انرژی مصرفی (آب، برق و گاز)، دسترسی روستاییان به پهنای باند اینترنت خوب و پوشش شبکهٔ باکیفیت، اهمیت دسترسی به تلفن، موبایل و پوشش شبکه (آنتن‌دهی)		
آموزش و پژوهش	موفقیت آموزش‌وپرورش در کسب مهارت و توانمندسازی افـراد، تـأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی یا کارگاهی، تأثیر ارتباط دانشگاه با صنعت در افزایش توانمندی افراد، هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی، نقش دانشگاه در خلق دانش و تکنولـوژی و حمایت از نوآوران روستایی، وجود شرایط دسترسی سریع به دانش‌هـای نوآورانه برای کارآفرینان روستایی، وجود دستاوردهای پژوهش و فنی در جهت ارتقای تولید و کاهش هزینه‌ها، تعامل و رابطه با کشورهای پیشرو در نوآوری‌های روستایی	۸	۰/۷۲۳
اقتصادی و مالی	ارائهٔ تسهیلات و اعتبارات بانکی در جهت تسهیل نوآوری روستایی، کاهش سطح نوآوری‌ها در تولید در نتیجهٔ تورم، تأثیر تورم در اختلال فضای رقابتی و نوآوری، اسـتقبال بانک‌هـا از سـرمایه‌گذاری در بخـش نـوآوری هـای روستاییان، نقش قوانین دریافت مالیات از مشاغل در تقویت فعالیت‌هـای نوآورانه، صرف درآمدهای نفتی در بخش نوآوری‌های روستاییان	٦	۰/۷٤
اداری و مدیریتی	توانمندی‌های مدیران سازمان مرتبط در نوآوری روستایی، فرایند انجام امور اداری در تسـهیل‌کننده نـوآوری روسـتایی، تعـدد دسـتگاه‌های دولتـی و موازی‌کاری، انجام امور اداری با فناوری‌های جدید، سیاست‌های تشویقی ترغیب‌کنندهٔ بیشتر فعالیت‌های نوآورانه، تأثیر وجود آشنایان در سیستم اداری در تسریع انجام امور اداری	٦	۰/۷۵۸
خارجی و فراملی	وجود امنیت در کشورهای همسایه و افزایش ریسـک تجـاری، جایگـاه محصولات ایرانی در دنیای رقابت جهانی، سـفرهای خـارجی و داخلـی کارآفرینان روستایی برای اطلاع از آخرین فناوری، نقش رقابت‌پذیری بـا کشورهای جهان در افزایش نوآوری روستایی، فرایند صادرات و واردات در افزایش انگیزهٔ نوآورانهٔ روستایی، نقش قاچاق کالا در نوآوری روسـتایی، عضویت ایران در پیمان‌های تجاری در جهان برای افزایش نوآوری، نقش تغییرات سریع در بهبود کیفیت محصولات تولیدی در جهان در نوآوری	۹	۰/۷۸۱
فردی و	تأثیر پایگاه اجتماعی فرد در جامعهٔ روستایی در افزایش انگیزهٔ نـوآوری،	۵	۰/٦۸۷

شاخص	گویه	تعداد سؤال‌ها	ضریب آلفا کرونباخ
خانوادگی	تأثیر موقعیت خانواده در محیط روستایی در نوآوری، تأثیر جنسیت (زن یا مرد) در نوآوری روستایی، تأثیر سطح تحصیلات بر نوآوری روستایی، تأثیر استعداد و خلاقیت ذاتی بر نوآوری افراد روستایی		
اجتماعی	نقش دیدگاه جامعه به نوآوران در ارتقای انگیزه، اثرهای تجربیات نوآوران پیشین در تشویق جامعه به‌سمت نوآوری‌های جدید، انجام گروهی امور یا تبادل اطلاعات در افزایش انگیزه‌های نوآوری، تأثیر شغل و حرفهٔ والدین بر نوآوری افراد	٤	۰/٦۹
فرهنگی	نقش پیشینهٔ فرهنگی و سنت‌ها در توسعهٔ نوآوری، نقش دین و اعتقادات مذهبی در نوآوری روستایی، نقش ارزش‌های جامعهٔ روستایی در توسعهٔ نوآوری محیط‌های روستایی، نقش اعتماد به سرنوشت و تقدیر در نوآوری محیط روستایی، نگاه جامعهٔ روستایی به ثروت‌اندوزی در کاهش انگیزهٔ نوآوری	۵	۰/۷۱۲
کل		۵۸	۰/۸۹۸

٤. مبانی نظری تحقیق

کارآفرینی[1] روستایی با مفهوم عام کارآفرینی تفاوت ندارد؛ تنها شرایط خاص مناطق روستایی ازجمله بیشتربودن ریسک، کمبود امکانات و ضعف مدیریت در این نواحی باعث‌می‌شوند که زمینه‌های کارآفرینی در این نواحی با سایر نواحی و فعالیت‌ها متفاوت باشد. در مناطق روستایی با وجود افراد خلاق، نوآور و کوشا، سبک فعالیت کارآفرینانه نهادینه نشده است؛ زیرا، موانع و محدودیت‌های گوناگونی مانند نبود آشنایی با قوانین نوآوری وکارآفرینی، تأمین‌نشدن مالی کشاورزان، اطمینان‌نداشتن از سرقت ایده‌ها، نبود دورنمایی مشترک از نوآوری، وجود تنش و نارضایتی، انزوای مدیریت ارشد، دسترسی‌نداشتن به اطلاعات موثق و شفاف، ساختار مکانیکی، فقدان فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله از بازار و خدمات، گسستگی‌های درونی میان جامعهٔ روستایی، همه و همه سبب اندک‌بودن تعداد افراد کارآفرین

1. entrepreneurship

در بین روستاییان شده‌اند (فرجی سبکبار، بدری، سجاسی قیداری، صادقلو و خواجه‌عسگر ، ۱۳۹۰).

اگر توسعهٔ روستایی را در قالب نگرشی همه‌جانبه و سینوپتیکی براساس نظریهٔ توسعهٔ پایدار، فرایند افزایش انتخاب مردم، گسترش دموکراتیک، توانمندسازی مردم به‌منظور تصمیم‌گیری برای شکل‌دهی به فضای زیست، افزایش رفاه و خوشبختی، گسترش فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوهٔ توانمندسازی زنان، فقرا و دهقانان مستقل و آزاد برای سازمان‌دهی فضای زیست خود و همچنین، توانمندسازی برای انجام کار گروهی درنظر بگیریم، در آن صورت می‌توان گفت که به توانمندسازی و ظرفیت‌سازی به‌عنوان یک پارادایم جدید توجه شده است؛ به‌همین‌دلیل، امروزه صاحب‌نظران توسعهٔ روستایی معتقدند که برای تحقق توانمندسازی جامعهٔ روستایی، تصمیم‌گیری و مدیریت روستایی باید در داخل خود جامعهٔ محلی صورت گیرد و عوامل بیرونی نقش تسهیلگر را ایفا کنند (رکن‌الدین افتخاری، طاهرخانی، سجاسی قیداری، ۱۳۸۸، ص. ۱۱). امروزه در همهٔ جوامع به ایجاد و تقویت کارآفرینی کم‌وبیش تأکید می‌شود و دیدگاه‌ها و روش‌های گوناگونی برای ارتقای آن ارائه شده است که برحسب شرایط هر جامعه می‌توان از آن‌ها بهره گرفت (سوبل و کینگ،۲۰۰۸، ٤۳۱) به عبارت‌دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال خطرهای حساب‌شده هم در زمینهٔ شغلی و هم در زمینهٔ مالی و سپس، انجام هر کاری برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن (آشومر[۱]، ۲۰۰۸، ص. ۲). به‌طورکلی، یکی از عوامل مؤثر در توسعهٔ روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا، کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد؛ به‌همین‌دلیل، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعهٔ روستایی ازطریق فراهم‌کردن زمینه‌های اولیهٔ آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷).

شومپیتر[۲] با ارائهٔ نظریهٔ توسعهٔ خود در سال ۱۹۳٤ نقش کارآفرینی را «نوآوری یا ایجاد ترکیب تازهٔ مواد» می‌داند (ناصری، ۱۳۹۰، ص. ۱۷). کارآفرین کسی است که نوآوری خاص

1. *Ashomre*
2. *Joseph Schumpeter*

داشته باشد که این نوآوری می‌تواند در ارائهٔ محصولی جدید، ارائهٔ خدمتی جدید در طراحی یک فرایند نوین و نوآوری برای رضایت مشتری باشد (اکبری لنگوری، ۱۳۹۱، ص. ۵)؛ براین‌اساس، تأکید بر نوآوری و استفاده از فناوری‌های جدید لازمهٔ کارآفرینی محسوب می‌شود. زمانی کارآفرینی به معنای واقعی آن اتفاق خواهد افتاد که با نوآوری همراه شود؛ بنابراین، نوآوری شالودهٔ کارآفرینی محسوب می‌شود.

نوآوری[1] به معنی خلاقیت عینیت‌یافته است. در این تعریف نوآوری دارای مفهوم عملیاتی‌شدن و به مرحلهٔ اجرادرآمدن اندیشه‌های نو است. از این دیدگاه می‌توان نوآوری را به معنی خلاقیت عینی به‌عنوان شکل اجرایی‌شده و تحقق‌یافتهٔ خلاقیت ذهن دانست (مه‌نگار و پیکری، ۱۳۹۲، ص. ۲۰۳). به نظر دراکر[2]، نوآوری مختص کارآفرینی است؛ ابزاری است که توسط آن کارآفرین منابع ثروت‌زای جدید را ایجاد می‌کند یا منابع موجود را غنا می‌بخشد تا ظرفیت آن‌ها برای تولید ثروت زیا شود (دشمن‌زیاری، طلایی، رجبیان تابش ۱۳۹۲، ص. ۷۷). نوآوری شامل شش نوع فعالیت متفاوت است: محصول جدید، خدمات جدید، روش‌های جدید تولید، کشف بازارهای جدید، منابع عرضهٔ جدید و روش‌های جدید سازمان‌دهی (جهانسن، الایسن و السن[3]، ۲۰۰۱).

ازآنجاکه قرن حاضر نویدبخش تغییر و تحولات، پیچیدگی و رقابت بسیار است، هر سازمانی نیازمند بهبود مستمر و بنیادی برای دستیابی به رشد و مزیت رقابتی است؛ بنابراین، رهبران سازمان‌های امروزی باید نوآوری را به کیفیت و بهره‌وری و نیز به‌عنوان اصلی راهبردی در سراسر یک سازمان نهادینه کنند (سعیدا اردکانی، کنجکاو منفرد، حکاکی و رضایی دولت‌آبادی ، ۱۳۹۲، ص. ۱۳۵).

کارآفرینان، خلاقیت و نوآوری را ازطریق فرایندی ساختاریافته و منظم به نیازها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهند. نوآوری از اعمال کلیدی در فرایند کارآفرینی به‌شمار می‌رود. شومپیتر معتقد است که با فرایند تخریب خلاق، سازمان‌های کهنه و کم‌تحرک و با بهره‌وری

1. innovation
2. Peter Drucker
3. *Johannessen, Olaisen & Olsen*

کم تخریب می‌شوند و سازمان جدید جای آن‌ها را می‌گیرنـد (احمـدی، درویـش و نجـاری، ۱۳۸۷، ص. ٦٥).

نیم‌نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد ما را به‌سوی این باور می‌کشاند که رشد کـارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که هنرمندانه بـا فرهنـگ، امکانـات، توانایی‌هـا و سـلیقهٔ ایرانـی آمیخته شود، تنها راه بهبود بیماری امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فرد است (صیادی و طالبی، ۱۳۹۱، ص. ۱۱).

اقتصاددانان، محققان و مدیران می‌دانند که نوآوری لازمهٔ سعادت و سلامت پایـدار در هـر جامعه است؛ زیرا، معیاری برای تمایز جوامع و ایجاد رقابت میان آن‌هاسـت. فومیـو کودامـا[1]، محقق ژاپنی، دراین‌باره می‌گویـد: «افـزایش بهـره‌وری و سـرعت نـوآوری در جامعـه، عامـل تعیین‌کنندهٔ سلامت اقتصادی در تمامی جوامـع دنیـا اسـت» و نیـز بـه نظـر ملیـر و مـوریس[2] (۲۰۰۵)، سرمایه‌گذاری در نوآوری برای استفادهٔ مفید از منـابع، افـزایش بهـره‌وری، گسـترش تجارت جهانی و بالابردن سطح رفاه فردی و اجتماعی و به‌عبارت‌دیگر، سـطح اسـتانداردهای زندگی، لازم است. با ورود به هزارهٔ جدید و با توجه به تغییرات سریع در صنعت فناوری در سراسر دنیا، رقابت‌پـذیری و بقـای نهـایی یـک سـازمان بـه توانـایی آن در توسـعه و تولیـد محصولات و خدمات جدید و نوآورانه وابسته است (سعیدا اردکانی و همکاران ، ۱۳۹۲، ص. ۱۳٦). ازیک‌سو، کاهش درآمد روستاییان و بیکاری روزافزون، حاصل تولید با روش‌های سنتی و ناتوانی رقابت با سایر کشورهای جهان به‌دلیل اسـتفاده از ابـزار و روش‌هـای بسـیار سـنتی است. ازسوی‌دیگر، ناتوانی تولید فناوری‌های داخلی در سطح جهانی و ناتوانی از تسـهیل در ورود ابزار و تجهیزات از سایر کشورها بـه‌دلیل تحـریم‌هـای طولـانی‌مـدت موجـب کـاهش بهره‌وری، به‌ویژه در بخش روستایی شده است. در جدول (۱) توصیف مکاتب سه‌گانـهٔ مهـم مطالعات نوآوری برمبنای دیدگاه شومپتیر آورده شده است که عبارت‌اند: از مکتب توانمنـدی سازمانی، مکتب اجتماعی و مکتب فرهنگی.

1. *Fumio Kodama*
2. *Melir & Moriis*

جدول ۳- مکاتب مهم نوآوری

مأخذ: کاوسی و شاه‌حسینی، ۱۳۸۸

	مکتب توانمندی سازمانی (دیدگاه اقتصادی)	مکتب اجتماعی (دیدگاه اجتماعی)	مکتب فرهنگی (دیدگاه فرهنگی)
طبیعت نوآوری	توانمندی نهادی	نوآوری مانند ریشه‌های گیاه	نوآوری به‌مثابهٔ مهارت عمقی
منطق ذاتی نوآوری	ارزیابی	درگیرشدن	تصور و رویا
رابطهٔ اعضا	رابطه برمبنای دستور	رابطه برمبنای هویت	رابطهٔ تجمیع‌کننده
کانون توجه	نهادهای وابسته	منابع موثق	شناسایی منفعل
نگاه به زمان	وابسته به مسیر	بهبوددهنده	گذرا و بی‌دوام

از نظر سطوح نوآوری، آلتشولر[1]، محقق روسی، نوآوری را به پنج دسته تقسیم نموده است که عبارت‌اند از:

نوآوری‌های سطح یک: نوآوری‌هایی هستند که تنها با ارائهٔ راه‌حل‌های واضحی به‌وجود آمده‌اند که از بین چند انتخاب برگزیده شده‌اند. درحقیقت، در این نوع نوآوری‌ها بهبودهای کوچکی در سیستم‌هایی که تغییر ماهیت نیافته‌اند، ایجاد شده‌اند. ۳۲ درصد از نوآوری‌ها در این سطح هستند؛

نوآوری‌های سطح دو: این سطح از نوآوری‌ها معرف بهبودهای کوچک در سیستم هم‌زمان با کاهش تناقض‌زدایی موجود در آن‌ها هستند. راه‌حل‌های این سطح معمولاً با صدها بار آزمون و خطا حاصل می‌شوند و برای رسیدن به آن‌ها داشتن اطلاعات لازم در یک زمینهٔ فناوری کفایت می‌کند. ۴۵ درصد از نوآوری‌ها در این سطح هستند؛

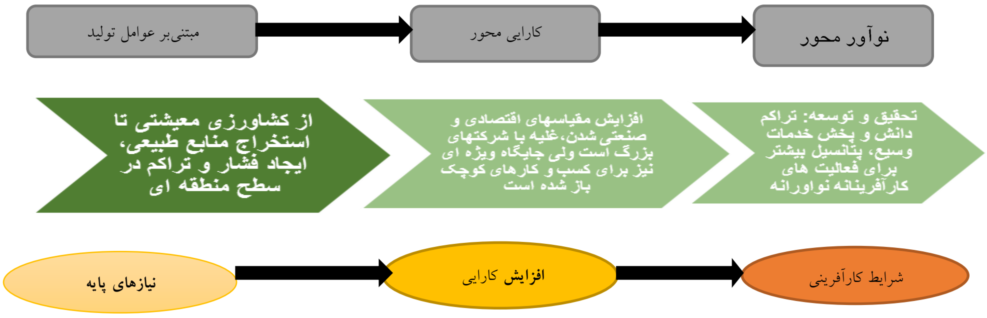
نوآوری سطح سه: در این سطح از نوآوری تناقض موجود در سیستم با معرفی چند عنصر کاملاً جدید حل می‌شود و معمولاً از فناوری‌های وابسته به منابع دیگر استفاده می‌شود. چنین راه‌حل‌هایی در صنعت موردنظر جهش ایجاد می‌کند. ۱۸ درصد از نوآوری‌ها در این سطح هستند؛

نوآوری‌های سطح چهار: در این سطح از نوآوری مسائلی از حوزهٔ فناوری کشف می‌شوند، نه از حوزهٔ علم. به‌طورکلی، راه‌حل‌ها خارج از الگوهای معمول در آن فناوری

1. Altshuller

هستند و برای رسیدن به آن‌ها اصول کاملاً متفاوتی به‌کار گرفته می‌شود. در این سطح تناقض سیستم به‌طورکامل ازبین می‌رود. ٤ درصد از نوآوری‌ها در این سطح هستند؛

نوآوری‌های سطح پنج: این سطح از نوآوری به خارج از محدودهٔ دانش زمان تعلق دارد. برای دستیابی به این سطح از راه‌حل‌ها، به ده‌ها هزار ایده نیاز است. این راه‌حل‌ها وقتی به‌وجود می‌آیند که پدیده‌ای جدید کشف شود و برای حل مشکل به‌کار گرفته شود. حدود یک درصد از نوآوری‌ها در این سطح هستند (احمدی، ۱۳۸۷، ص. ٦٨). سطح نوآوری در بخش‌های روستایی به‌ویژه ناحیهٔ موردمطالعه همانند سطح یک نظریهٔ آلتشولر و بهبود کوچک در سیستم است و هدف، ارتقای آن به سطوح بالاتر و همچنین، افزایش نوآوران روستایی است. افزایش نوآوری‌ها موجب می‌شود تا جایگاه کشورمان از مرحلهٔ اول شکل (۱) یعنی اقتصاد مبتنی‌بر عوامل به اقتصاد نوآورمحور تبدیل شود.

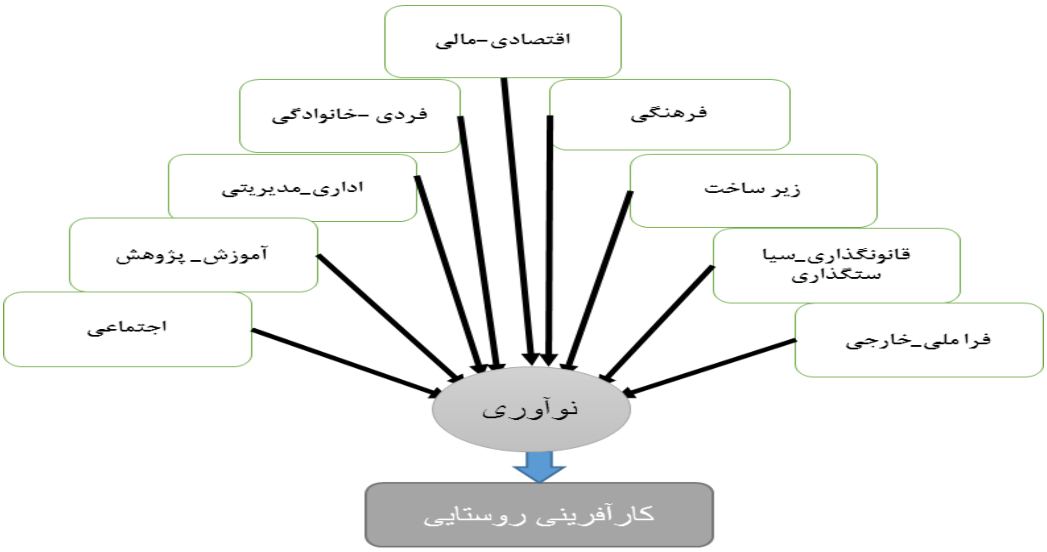


شکل۲- انواع جهت‌گیری اقتصادی کشورها و تمرکز توسعه‌ای آن‌ها

مأخذ: مریدسادات، ۱۳۹۳

٤. ۱. عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در کارآفرینی

عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در کارآفرینی در ۹ شاخص و ۵۸ گویه طبق چارچوب زیر استخراج شده‌اند. در سطح کشوری با توجه به نگاه کلی قابل‌بررسی است، اما در سطح شهرستان موردمطالعه بعضی شاخص‌ها کاربردی نیستند؛ بنابراین، پژوهشگر مطالعهٔ حاضر چارچوب خاص از این چارچوب کلی را استخراج کرده است تا مسائل را به نسبت منطقه بهتر و دقیق‌تر سنجش کند.



شکل ۳- مدل مفهومی برگرفته از نتایج تحقیقات و مبانی نظری

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

۵. یافته‌های تحقیق

۵. ۱. ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان

براساس نتایج، ٦۳ نفر از پاسخ‌گویان نوآوران روستایی، ۲۲ نفر استاد دانشگاه و ۲۱ نفر کارشناس نوآوری و کارآفرینی روستایی بوده‌اند. حدود ٥٦ درصد از پاسخ‌گویان در سنین ۲۱ تا ۳۰ سال بوده‌اند و ازنظر جنسیت ٧٤/٥ درصد از پاسخ‌گویان مرد بوده‌اند که ۷۲/۱۱ درصد آن‌ها متأهل بوده‌اند. ازنظر سطح تحصیلات، دو گروه اساتید و کارشناسان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر داشته‌اند و در گروه نوآوران روستایی نیز فقط ۷/۹۷ درصد از پاسخ‌گویان بی‌سواد و ٥٥/٥٦ درصد دارای مدرک دیپلم، کارشناسی و بالاتر بوده‌اند. همچنین، با بررسی زمینهٔ نوآوری روستاییان، از میان ٦۳ کارآفرین روستایی، ۳۱/۷ درصد در کشاورزی، ١٤/۳ درصد در صنایع تبدیلی و ۳۰/۲ درصد در فعالیت‌های صنعتی کارآفرین بوده‌اند. در جدول (۵) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعهٔ مطالعه‌شده ارائه شده است.

جدول ٤- توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان براساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

ردهٔ سنی	فراوانی	درصد	جنسیت	فراوانی	درصد	گروه پاسخ‌گویان	فراوانی	درصد
بین ۲۱ تا ۳۰	۵۹	۵۵/۷	زن	۲۷	۲۵/۵	اساتید دانشگاه	۲۲	۲۰/۸
بین ۳۱ تا ٤۰	۲۵	۲۳/٦	مرد	۷۹	۷٤/۵	کارشناسان	۲۱	۱۹/۸
بین ٤۱ تا ۵۰	۷	٦/٦	**تحصیلات نوآوران**	**فراوانی**	**درصد**	نوآوران روستایی	٦۳	۵۹/٤
بین ۵۱ تا ٦۰	۱۳	۱۲/۳	بی‌سواد	۵	۷/۹٤	**تحصیلات اساتید**	**فراوانی**	**درصد**
بیشتر از ٦۰	۲	۱/۹	ابتدایی	۵	۷/۹٤	کارشناسی‌ارشد	٤	۱۸/۱۸
زمینهٔ نوآوری	**فراوانی**	**درصد**	راهنمایی	۸	۱۲/۷۰	دکتری	۱۸	۸۱/۸۲
زراعت	۲۰	۳۱/۷	متوسطه	۱۰	۱۵/۸۷	جمع	۲۲	۱۰۰
دامداری	٦	۹/۵	دیپلم	۱۱	۱۷/٤٦	**تحصیلات کارشناسان**	**فراوانی**	**درصد**
صنایع تبدیلی	۹	۱٤/۳	کاردانی	٤	٦/۳۵	کارشناسی	۱۱	۵۲/۳۸
صنعت	۱۹	۳۰/۲	کارشناسی	۱٦	۲۵/٤۰	کارشناسی‌ارشد	۹	٤۲/۸٦
سایر	۹	۱٤/۳	کارشناسی‌ارشد	٤	٦/۳۵	دکتری	۱	٤/۷٦
جمع	٦۳	۱۰۰	جمع	٦۳	۱۰۰	جمع	۲۱	۱۰۰

بیشتر کارآفرینان روستایی مطالعه‌شده، بدون الگوگیری از اشخاص موفق در حوزهٔ فعالیت فعلی، کار خود را شروع کرده‌اند. میزان رضایت بیشتر افراد موردمطالعه از وضعیت اقتصادی گذشتهٔ خود (قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار فعلی) در حد متوسط و ضعیف بوده است. براساس یافته‌های پژوهش، تنها ٤۳ درصد از افراد سابقهٔ فعالیت در شغل دیگری را پیش از شروع کسب‌وکار فعلی خود داشته‌اند.

۵. ۲. تجزیه‌وتحلیل عوامل مؤثر در نوآوری در فرایند کارآفرینی روستایی

عوامل مربوط به قانون‌گذاری: براساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های قانون‌گذاری موردمطالعه از مقدار متوسط کمتر است و تنها شاخص درک و شناخت نمایندگان مجلس از ظرفیت مناطق روستایی، دارای میانگین بیشتر از ۳ است. در این گویه،

اینکه نمایندگان مجلس به چه میزان به‌صورت مستقیم در حل مشکلات نوآوران کوشا بوده‌اند و با آن‌ها ارتباط داشته‌اند که میزان آن را نوآور تعیین می‌کند. وظایف نمایندگان قانون‌گذاری است، اما دلیل عمدهٔ انتخاب نمایندگان براساس ناحیه و منطقهٔ دفاع از پتانسیل و توانمندی‌های منطقه است و افراد منطقه میزان توانمندی نمایندگان را با رأی خود تأیید می‌کنند یا برای دورهٔ مجدد تمدید می‌کنند. در این گویه نیز نوآوران براساس نوع پاسخ این درک و توانمندی نمایندگان را می‌سنجیدند. براساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های نقش نمایندگان مجلس به‌عنوان ناظر بر اجرای قوانین، واگذاری‌های امور دولت به شرکت‌های تابع دولت و روند خصوصی‌سازی اولویت اول تا سوم را داشته‌اند و بیشترین تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند. شاخص دسترسی روستاییان به فناوری‌های سایر کشورها با سیاست‌گذاری‌های دولتی نیز در اولویت آخر قرار گرفته و بر نوآوری روستاییان کمترین تأثیر را داشته است.

عوامل زیرساختی: براساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های زیرساختی موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر است و تنها شاخص دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی ازجمله نفت، گازوئیل و بنزین، دارای میانگین کمتر از ۳ است و شاخص دسترسی روستاییان به پهنای باند اینترنت خوب و پوشش شبکهٔ باکیفیت به‌نسبت متوسط برخورداری کشور و هزینه‌های حمل کالاهای تولیدی روستاییان، با میانگین ۳/۵۸ بیشترین میانگین را در تأثیر امکانات زیرساختی در نوآوری روستایی داشته است. براساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های دسترسی روستاییان به منابع انرژی ازجمله آب، برق و گاز و غیره، سهولت دسترسی روستاییان به جاده، راه‌آهن و بندرها و هزینه‌های حمل کالاهای تولیدی روستاییان در کشور در اولویت اول تا سوم قرار گرفته است و بیشترین تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند. شاخص دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی ازجمله نفت، گازوئیل و بنزین نیز در اولویت آخر قرار گرفته است و بر نوآوری روستاییان کمترین تأثیر را داشته است.

عوامل مربوط به آموزش وپژوهش: براساس یافته‌های پژوهش از جامعهٔ نوآوران روستایی شهرستان، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های آموزش و پژوهش موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر

است و شاخص تأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی یا کارگاهی با میانگین ۳/۸٦ بیشترین میانگین را در تأثیر امکانات زیرساختی در نوآوری روستایی داشته است. براساس شاخص ضریب تغییرات، شاخص‌های هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی، تأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی یا کارگاهی و نقش دانشگاه در خلق دانش و تکنولوژی و حمایت از نوآوران روستایی، در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفته‌اند و بر نوآوری در کارآفرینی روستایی بیشترین تأثیر را داشته‌اند. گویهٔ موفقیت آموزش‌وپرورش در کسب مهارت و توانمندسازی افراد نیز در اولویت آخر قرار گرفته و بر نوآوری روستاییان کمترین تأثیر را داشته است.

عوامل اقتصادی: میانگین رتبه‌ای شاخص‌های اقتصادی موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر است و تنها استقبال شاخص بانک‌ها از سرمایه‌گذاری در بخش نوآوری‌های روستاییان، دارای میانگین کمتر از ۳ است. براساس شاخص ضریب تغییرات، شاخص صرف درآمدهای نفتی در بخش نوآوری های روستاییان، نقش قوانین دریافت مالیات از مشاغل در تقویت فعالیت‌های نوآورانه و ارائهٔ تسهیلات و اعتبارات بانکی در جهت تسهیل نوآوری روستایی در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفته‌اند و بر نوآوری در کارآفرینی روستایی بیشترین تأثیرگذاری را داشته‌اند.

عوامل اداری-مدیریتی: میانگین رتبه‌ای شاخص اداری موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر است و تنها فرایند شاخص انجام امور اداری در تسهیل‌کنندهٔ نوآوری روستایی دارای میانگین کمتر از ۳ است که از نظر پاسخ‌گویان بر نوآوری و کارآفرینی روستایی تأثیر کمتری دارد. براساس شاخص ضریب تغییرات، شاخص‌های توانمندی‌های مدیران سازمان مرتبط در نوآوری روستایی، تعدد دستگاه‌های دولتی، موازی‌کاری و سیاست‌های تشویقی ترغیب‌کنندهٔ بیشتر فعالیت‌های نوآورانه، از نظر تأثیر بر نوآوری در کارآفرینی روستایی در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفته‌اند.

عوامل خارجی: براساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های خارجی موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر است و تنها شاخص وجود ناامنی در کشورهای همسایه و افزایش ریسک تجاری با میانگین ۲/۷٦ دارای میانگین کمتر از ۳ است که از نظر پاسخ‌گویان،

بر نوآوری و کارآفرینی روستایی تأثیر کمتری دارد. درمقابل، مولفهٔ نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزهٔ نوآوری روستایی با آمارهٔ ۳/۷۶ بیشترین تـأثیر را بـر نـوآوری روسـتایی داشـته اسـت. براساس ضریب تغییرات نیز شاخص‌های نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزهٔ نوآوری روستایی، نقش رقابت‌پذیری با کشورهای جهان در افزایش نوآوری روستایی و نقش تغییرات سریع در بهبود کیفیت محصولات تولیدی در جهان در نـوآوری، در اولویـت‌هـای اول تـا سـوم قـرار گرفته‌اند. سفرهای خارجی و داخلی کارآفرینان روستایی برای اطلاع از آخرین فناوری نیز در اولویت آخر قرار گرفته است.

عوامل فردی: میانگین رتبه‌ای شاخص فردی از مقدار متوسط بیشتر است و شـاخص تـأثیر جنسیت (زن یا مرد) در نوآوری روسـتایی بـا میـانگین ۳/۲٤ دارای کمتـرین مقـدار اسـت و نشان‌دهندهٔ تأثیر کم شاخص جنسیت بر نوآوری روستایی است. براسـاس ضـریب تغییـرات، شاخص‌های تأثیر سطح تحصیلات بر نوآوری روستایی، تأثیر پایگاه اجتماعی فـرد در جامعـهٔ روستایی بر افزایش انگیزهٔ نوآوری و استعداد و خلاقیت ذاتی در نوآوری افـراد روسـتایی، در اولویت‌های اول تا سوم و تأثیر شاخص موقعیت خانواده بر محیط روسـتایی نیـز در اولویـت آخر قرار گرفته‌اند.

عوامل اجتماعی: براساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های اجتماعی موردمطالعـه از مقدار متوسط بیشتر است. براساس ضریب تغییـرات، شـاخص‌های اثرهـای تجربیـات نـوآوران پیشین در تشویق جامعه به‌سمت نوآوری‌های جدید و تأثیر شغل و حرفهٔ والدین در نوآوری افـراد در اولویت‌های اول و دوم قرار گرفته‌اند.

عوامل فرهنگـی: براسـاس یافتـه‌هـای پـژوهش، میـانگین رتبـه‌ای شـاخص‌هـای فرهنگـی موردمطالعه از مقدار متوسط بیشتر است. براساس ضریب تغییرات، شاخص‌های نقش اعتمـاد به سرنوشت و تقدیر در نوآوری محیط روستایی و نقش پیشینهٔ فرهنگی و سنت‌ها در توسـعهٔ نوآوری در اولویت‌های اول و دوم قرار گرفته‌انـد. درمقابـل، گویـهٔ «نقـش دیـن و اعتقـادات مذهبی در نوآوری روستایی» در اولویت آخر قرار گرفته است.

۵. ۳. اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر نوآوری روستایی

برای مقایسهٔ میزان تأثیر و اولویت‌بندی هریک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی از دیدگاه پرسش‌شوندگان از آزمون فریدمن استفاده شد. این آزمون بیان می‌کند که بین شاخص‌ها، آیا شاخصی ازنظر پاسخ‌دهندگان مهم‌تر است یا همهٔ شاخص‌ها از نظر آن‌ها درجه اهمیت یکسانی دارند؟ در این آزمون فرض صفر H_0 یکسان‌بودن میانگین رتبه‌ها و فرض H_1 یکسان‌نبودن میانگین رتبهٔ شاخص‌ها بوده است. جدول (٦) آمار توصیفی شاخص‌های تحقیق را نشان می‌دهد که براین‌اساس شاخص ویژگی‌های فردی بیشترین میانگین را داشته است.

جدول ۵- آمار توصیفی مربوط به شاخص‌های نوآوری روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ١٣٩٦

شاخص	قانون‌گذاری	زیرساخت	آموزشی	اقتصادی	اداری	خارجی	اجتماعی	فرهنگی	فردی
میانگین	٣/٣٥	٣/٤	٣/٣٧	٣/٣٦	٣/٢١	٣/٢٥	٣/٣٣	٣/٢٦	٣/٤٤
انحراف معیار	٠/٨١٣	٠/٦٦	٠/٧٠٦	٠/٦٧٧	٠/٥٧٣	٠/٧٦٢	٠/٦٧٣	٠/٥٦٣	٠/٦٣٦

طبق آزمون فریدمن در کل جامعهٔ آماری در جدول (٧) ، مقدار آمارهٔ خی‌دو با درجهٔ آزادی ٨ و معناداری ٠/٠٤٧ نشان داده شده است که بیانگر ردشدن فرض صفر مبنی‌بر یکسان‌بودن میانگین رتبه‌هاست؛ درنتیجه، ویژگی‌های فردی بالاترین اولویت و شاخص فرهنگی پایین‌ترین اولویت را دارند. با توجه به سطح معناداری آزمون، به تفکیک سه گروه پاسخگو (اساتید دانشگاه، کارشناسان کارآفرینی روستایی و نوآوران روستایی در شهرستان فاروج)، یکسان‌نبودن اهمیت شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی درخور ملاحظه است.

جدول ٦- نتایج آزمون فریدمن

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

آزمون	کل جامعهٔ آماری	اساتید	کارشناسان	نوآوران روستایی
تعداد	۱۰٦	۲۲	۲۱	٦۳
کای‌اسکوئر	۱٤/۱۹۳	۲۸/۵۱۳	۲۳/۱۹۱	۳۸/۷٦۰
درجهٔ آزادی	۸	۸	۸	۸
سطح معناداری	۰/۰٤۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰

براساس نظر اساتید و کارشناسان، عوامل خارجی بالاترین اولویت و عوامل فرهنگی پایین‌ترین اولویت را در نوآوری روستایی دارند؛ درحالی‌که از نظر نوآوران روستایی ویژگی‌های فردی و فرهنگی، به‌ترتیب بالاترین اولویت را دارند و عوامل خارجی پایین‌ترین اولویت را دارند. در جدول (۸)، اولویت‌بندی شاخص‌ها براساس آزمون فریدمن در کل جامعه و به تفکیک گروه‌های سه‌گانهٔ پاسخگو نشان داده شده است.

جدول ۷- اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی بر طبق آزمون فریدمن از دیدگاه پاسخ‌گویان

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

شاخص	میانگین رتبه‌ای کل	اولویت	میانگین رتبه‌ای گروه اساتید	اولویت	میانگین رتبه‌ای کارشناسان	اولویت	میانگین رتبه‌ای نوآوران روستایی	اولویت
قانون‌گذاری	٤/۹۷	٤	٤/۱٦	۷	٤/۲٤	۷	۵/٤۹	۳
زیرساخت	۵/٤۱	۲	۵/۲۷	٤	۵/٦۹	۲	۵/۳٦	۵
آموزش و پژوهش	٤/۹۲	۵	۵/۵۵	۳	۵/۳۳	٤	٤/۵۷	۷
اقتصادی	۵/۳٤	۳	٦/۲۵	۲	۵/۵۷	۳	٤/۹٤	٦
اداری	٤/٦۷	۸	٤/۸۹	٦	۵/۲۹	۵	٤/۳۹	۸
خارجی	٤/۷۲	۷	٦/۵۲	۱	٦/٦٤	۱	۳/٤٤	۹
اجتماعی	٤/۸۱	٦	۳/۹۵	۸	۳/۸۸	۸	۵/٤۱	٤
فرهنگی	٤/٦۰	۹	۳/۱٤	۹	۳/۳٦	۹	۵/۵۳	۲
ویژگی‌های فردی	۵/۵۷	۱	۵/۲۷	۵	۵/۰۰	٦	۵/۸٦	۱

۵. ٤. ارزیابی اثرگذاری شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی

برای بررسی طبیعی‌بودن متغیرها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است که با توجه به نتایج این آزمون، عمدهٔ داده‌ها طبیعی بودند؛ بنابراین، می‌توان از آزمون t تک‌نمونه‌ای برای ارزیابی اثرگذاری شاخص‌ها استفاده کرد. آزمون t یک آزمون پارامتری است که در آن به این موضوع پرداخته می‌شود که میانگین یک جامعه به چه میزان از یک مقدار ثابت بیشتر یا کمتر است. با توجه به طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت در سؤال‌های تحقیق، عدد ۳ به‌عنوان میانگین نظری ارزیابی میزان اثرگذاری شاخص‌ها در نوآوری روستایی انتخاب شد. براساس نتایج آزمون t، مقدار آمارهٔ t در تمام شاخص‌های نوآوری روستایی از میانگین نظری بیشتر است.

جدول ۸- ارزیابی میزان اهمیت شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی از نظر جامعهٔ آماری

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	استاندارد آزمون = ۳					
			مقدار t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصلهٔ اطمینان ۹۵٪ اختلاف	
							پایین	بالا
قانون‌گذاری	۳/۳٥٤	۰/۸۱۳	٤/٤۸۲	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۳٥۳۹	۰/۱۹۷٤	۰/٥۱۰٥
امکانات زیرساخت	۳/٤۰٥	۰/٦٦۰	٦/۳۰۹	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/٤۰٤۸	۰/۲۷۷٦	۰/٥۳۲۰
آموزش و پژوهش	۳/۳٦۹	۰/۷۰٦	٥/۳۷۷	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۳٦۸۹	۰/۲۳۲۹	۰/٥۰٥۰
عوامل اقتصادی	۳/۳٦۲	۰/٦۷۷	٥/٤۹۹	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۳٦۱٦	۰/۲۳۱۲	۰/٤۹۲۰
اداری و مدیریتی	۳/۲۱۲	۰/٥۷۳	۳/۸۱٤	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۲۱۲۳	۰/۱۰۱۹	۰/۳۲۲٦
عوامل خارجی	۳/۲٤٥	۰/۷٦۲	۳/۳۱٤	۱۰٥	۰/۰۰۱	۰/۲٤٥۳	۰/۰۹۸٥	۰/۳۹۲۱
اجتماعی	۳/۳۳٥	۰/٦۷۳	٥/۱۲۱	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۳۳٤۹	۰/۲۰٥۲	۰/٤٦٤٦
فرهنگی	۳/۲٥۷	۰/٥٦۳	٤/٦۸۸	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/۲٥٦٦	۰/۱٤۸۱	۰/۳٦٥۱
فردی	۳/٤٤٤	۰/٦۳٦	۷/۱۸۷	۱۰٥	۰/۰۰۰	۰/٤٤۳۹	۰/۳۲۱٤	۰/٥٦٦۳

در این آزمون که با مقدار $\mu_0 = 3$ (میانگین موردانتظار) انجام شد، همهٔ میانگین‌های به‌دست‌آمده بزرگ‌تر از اندازهٔ $t = 2.05$ تک نمونه ای وکمتر از $\alpha = 0.05$ است؛ بنابراین، فرض $H1: \mu_x \geq \mu_0$ تأیید شد و فرض $H0: \mu_x < \mu_0$ آن رد شد؛ براین‌اساس، با اطمینان

بیش از ۹۹ درصد می‌توان تأثیر همهٔ شاخص‌ها را بر نوآوری روستایی در حد بیشتر از متوسط پذیرفت؛ با اینکه همهٔ عوامل با فرض $\mu_0 = 3$ به‌عنوان میانگین موردانتظار تأیید شدند.

از جملـه شـاخص‌های مهـم در نـوآوری روسـتایی، ویژگی‌هـای فـردی و زیـر سـاختها هستند.زیرا آماره tی آنها بیش از همه است . لازم ذکـر اسـت کـه مقـدار آمـاره t در عوامـل اقتصادی وآموزش و پژوهش نیز ازنظر پاسخگویان اهمیت زیادی در نوآوری روستایی دارد.

۵. ۵. بررسی تفاوت نظرات سه گروه جامعه هدف

برای مقایسهٔ میانگین‌ها باهم از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) استفاده شده است. با توجه به نتایج آزمون آنالیز واریانس، نسبت F که در جدول (۱۰) برابـر بـا ۱۵/۷۰۵ اسـت، از حاصل تقسیم میانگین مربع بین‌گروهـی بـر میـانگین مربع درون‌گروهی بـه دسـت می‌آید. ازآنجایی‌که سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است، نتایج آزمون معنادار اسـت؛ پـس، در سـطح اطمینـان ۹۵ درصد تفـاوت معناداری بین نظرهای سه گـروه پاسـخگو شـامل اسـاتید دانشگاهی، کارشناسان کارآفرینی روستایی شهرستان و نـوآوران روسـتایی شهرسـتان فـاروج درمورد شناسایی عوامل مؤثر در نوآوری در فرایند کارآفرینی روستایی وجود دارد.

جدول ۹- نتایج آزمون آنالیز واریانس در بین گروه‌های موردمطالعه

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

منبع متغیر	مجموع مربع	درجهٔ آزادی	میانگین مربع	F	سطح معناداری
بین گروهها	۳/۷۱	۲	۱/۸۵	۱۵/۷۰۵	۰/۰۰۰
داخل گروه‌ها	۱۲/۱۶	۱۰۳	۰/۱۲		
کل	۱۵/۸۶	۱۰۵			

با توجه به معناداربودن اختلاف میانگین نظرهای سه گروه هدف، برای بررسی اینکه کـدام جفت از میانگین‌های مربوط به گروه‌های پاسخگو با یکدیگر تفاوت معناداری دارند، از آزمون توکی استفاده شد که نتایج در جدول (۱۱) آمده است.

جدول ۱۰- مقایسهٔ میانگین نوآوری روستایی از نظر گروه‌های پاسخگو (نتایج آنالیز واریانس یک‌طرفه)

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹٦

(I) گروه	(J) گروه	تفاوت میانگین گروه‌ها (I-J)	خطای استاندارد	سطح معناداری	ضریب اطمینان ۰/۹۵۰٪ کرانه پایین	ضریب اطمینان ۰/۹۵۰٪ کرانه بالا
اساتید دانشگاهی	کارشناسان	۰/۰۲٦۸	۰/۱۰۵	۰/۹٦۵	-۰/۲۲۲	۰/۲۷٦
	نوآوران روستایی	*۰/۳۹۳۵۲	۰/۰۸۵	۰/۰۰۰	۰/۱۹۱	۰/۵۹٦
کارشناسان کارآفرینی	اساتید	-۰/۰۲٦۸	۰/۱۰۵	۰/۹٦۵	-۰/۲۷٦	۰/۲۲۲
	نوآوران روستایی	*۰/۳٦٦۷٤	۰/۰۸۷	۰/۰۰۰	۰/۱٦۱	۰/۵۷۳
نوآوران روستایی	اساتید	*-۰/۳۹۳۵۲	۰/۰۸۵	۰/۰۰۰	-۰/۵۹٦	-۰/۱۹۱
	کارشناسان	*-۰/۳٦٦۷٤	۰/۰۸۷	۰/۰۰۰	-۰/۵۷۳	-۰/۱٦۱

*: اختلاف میانگین‌ها معنادار است.

همان‌گونه‌که نتایج آزمون توکی نشان می‌دهد، بین میانگین نظرهای اساتید و کارشناسان تفاوت معنادار وجود ندارد، ولی بین میانگین نظرهای نوآوران روستایی با دو گروه اساتید و کارشناسان روستایی تفاوت معنادار است که نشان‌دهندهٔ تفاوت دیدگاه کارشناسی (اساتید و کارشناسان) با نظرهای نوآوران در زمینهٔ عوامل ساختاری نوآوری در فرایند کارآفرینی روستایی است.

٦. نتیجه‌گیری

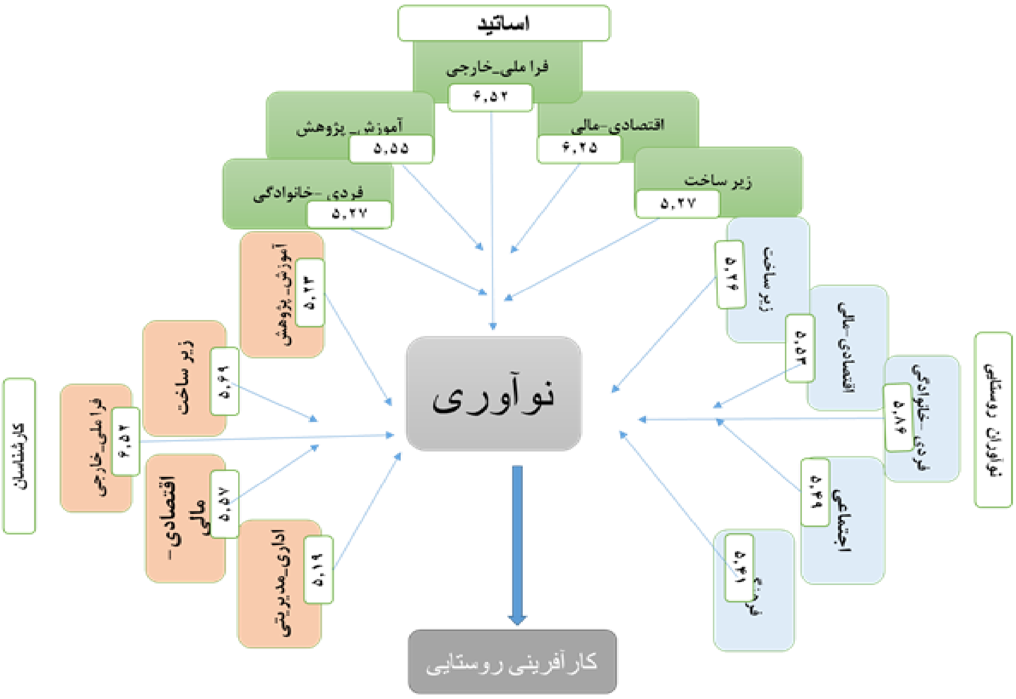
کشورهای جهان را به سه دسته می‌توان تقسیم کرد: کشورهای مبتنی‌بر عوامل تولید(اقتصاد سنتی)، کشورهای کارایی‌محور (فناوری موجود)، کشورهای نوآورمحور (فناوری پیچیده). درحال‌حاضر، کشور ایران اقتصاد سنتی مبتنی‌بر عوامل تولید دارد؛ یعنی از نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی استفاده می‌کند. شاید اقتصاد کنونی ما برای صد سال قبل در مقایسه با سایر کشورها نوع سوم محسوب می‌شد، ولی متأسفانه در دنیای کنونی که تمامی کشورها با شتاب به‌سوی استفاده از نوآوری‌های نوین هستند، روش تولید فعلی ما در مقایسه با جهان از نوع

سنتی محسوب می‌شود. متأسفانه در شرایط فعلی که با تشدید تحریم مواجه هستیم، آمارهـای جدید گویای این واقعیت است که ما در گروه اول نیز به‌مرور در پایین جـدول قـرار داریـم؛ بنابراین، در مناطق روستایی با تقویت عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری می‌توان نیروی نوآور پرورش داد که حداقل در این رقابت جهانی در پلهٔ دوم، یعنی در زمرهٔ کشورهایی بـا اقتصـاد کارایی‌محور قرار بگیریم.

در خصوص کارآفرینی روستایی تحقیقات زیادی انجام شده است و تفاوت این پـژوهش با آن‌ها، تأکید بر نوآوری است. به نظر می‌رسد اگر کارآفرینی با نوآوری همراه نباشد، به‌زودی در عرصهٔ رقابت محو خواهد شد. شاید در کوتـاه‌مـدت دولـت بـا بالـابردن دیـوار مرزهـا و ممنوعیت ورود کالاهای خارجی مشابه یا بالابردن تعرفهٔ مقطعی ادامهٔ حیات روستا را تضمین کند، ولی در بلندمدت توان رقابت‌پذیری نخواهد داشت. تنها نکتهٔ کلیـدی بـرای بقـای یـک مجموعهٔ تولیدی، به‌ویژه از نوع روستایی تکیهٔ مداوم بر نوآوری است؛ یعنی کاستن مـداوم از هزینه و ارتقای کیفیت به کمک نوآوری است؛ زیرا، بازار مصـرف بـه‌دنبال کالـای ارزان‌تـر و باکیفیت‌تر است و این یعنی شناخت دقیق مناطق، ظرفیت‌ها و عوامل مؤثر در نوآوری.

براین‌اساس، در این مقاله با رویکرد ترکیبی ۵۸ گویه برای تعیین عوامل ساختاری نوآوری و کارآفرینی روستاییان شهرستان فاروج بررسی شد. براساس نتایج توصیفی مشخص شد کـه شاخص ویژگی‌های فردی با میانگین ۳/٤٤ و شـاخص آموزشـی بـا میـانگین ۳/۳۷ بیشـترین اهمیت را به‌عنوان عوامل ساختاری نوآوری روستایی دارند و شاخص نقش نمایندگان مجلس به‌عنوان ناظر بر اجرای قوانین در بحث قانون‌گذاری، دسترسـی روسـتاییان بـه منـابع انـرژی ازجمله آب، برق، گاز و غیره در بحث زیرساختی، هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی در زمینـهٔ آموزشـی، صـرف درآمـدهای نفتـی در بخـش نوآوری‌های روستاییان در زمینهٔ اقتصادی، توانمندی‌های مدیران سـازمان مـرتبط در نـوآوری روستایی در زمینهٔ اداری و مدیریتی، نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزهٔ نـوآوری روسـتایی در بین عوامل خارجی، تأثیر سطح تحصیلات بر نوآوری روستایی در بین عوامل فـردی، اثرهـای تجربیات نوآوران پیشین در تشویق جامعه بـه‌سـمت نـوآوری‌هـای جدیـد در زمینـهٔ عوامـل اجتماعی و نقش اعتماد به سرنوشت و تقـدیر در نـوآوری محـیط روسـتایی در بـین عوامـل

فرهنگی، مهم‌ترین اولویت‌های تأثیرگذار بر نوآوری روستاییان در فرایند کارآفرینی شناسایی شدند. به‌منظور مقایسهٔ میزان تأثیر و اولویت‌بندی هریک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی از آزمون فریدمن استفاده شد. در کل جامعه، مقدار آمارهٔ خی‌دو رد فرضیهٔ صفر مبنی‌بر یکسان‌بودن میانگین رتبه‌ها را نشان داد؛ درنتیجه، ویژگی‌های فردی بالاترین اولویت را از نظر کل جامعه به‌دست آوردند و براساس نظر اساتید و کارشناسان شاخص، عوامل خارجی بالاترین اولویت و ازنظر نوآوران روستایی، ویژگی‌های فردی بالاترین اولویت را داشتند.



شکل ٤- میزان تأثیر سه گروه پاسخگو (اساتید، کارشناسان و نوآوران روستایی) در مدل فریدمن

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ١٣٩٦

نکتهٔ جالب در این تحلیل، اولویت عامل خارجی از نظر هر دو گروه اساتید و کارشناسان است. می‌توان گفت نگاه دو گروه اساتید و کارشناسان بیشتر با تأکید بر عوامل بیرونی و خارجی است. رتبهٔ درحال نزول ایران در رتبه‌بندی‌های بهره‌وری، نوآوری و رقابت‌پذیری

گویای این حقیقت است که عوامل بیرونی نیز بر فرایند کارآفرینی و نوآوری بسیار مؤثر هستند، اما نوآوران روستایی عوامل فردی را بسیار مؤثر می‌دانند و اثرگذاری عوامل درون منطقه برای جامعهٔ روستایی را مهم‌تر از سایر عوامل می‌دانند. علاوه‌براین، نزدیک‌بودن نظرهای اساتید و کارشناسان و اختلاف معنادار آن با نوآوران روستایی در میزان درک و شناخت آن‌ها از عوامل ساختاری است. بیشتر نوآوران روستایی انرژی و توان خود را در افزایش تولید به کمک امکانات محلی می‌دانند و ظرفیت‌های محیطی در افزایش درآمد را مؤثر می‌دانند، اما کارشناسان و اساتید افزایش بهره‌وری به کمک فناوری‌های نوین و افزایش رقابت‌پذیری و موفقیت در توسعهٔ صادرات و کاهش اثرهای تحریم‌ها را به‌عنوان عوامل فراملی و خارجی، نسبت به سایر عوامل در اولویت اول قرار داده‌اند؛ بنابراین، اساتید و کارشناسان درک جامع و کامل‌تری دربارهٔ موانع توسعهٔ نوآوری در جامعه دارند.

نتیجه اینکه، رقابتی روزافزون و پرشتاب جهان را فراگرفته است و موفقیت از آن کسانی است که خدمتی بهتر را به قیمت کمتر در اختیار بازار قرار دهند و با تقویت عوامل ساختاری نوآوری بتوان خدمات ارزشمندتر و بیشتر را به جهان و منطقه ارائه داد و موجب اشتغال و رونق بیشتر و افزایش سطح رضایت‌مندی روستاییان شد. نمونه‌ای از این مباحث در تغییر روند تولید شهرستان فاروج را در دهه‌های اخیر می‌توان مشاهده نمود. تغییر الگوی کشت از محصول کم‌آب و سازگار با منطقه به نام انگور به‌سمت کشت محصول پرآب صیفی‌جات ازجمله گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی و خیار، با دادن مجوزهای بهره‌برداری قانونی و حفر چاه‌های غیرمجاز و غیر قانونی ازیک‌سو و احداث سد تبارک‌آباد ازسوی‌دیگر، موجب افت سطح آب دشت فاروج، خشک‌شدن قنوات و چاه‌های آب و مهاجرت شدید شده است. تغییر مجدد الگوی کشت توسط نوآوران روستایی در سال‌های اخیر به‌سمت کشت زعفران به‌عنوان محصولی کم‌آب و سازگار با محیط موجب کاهش روند مهاجرت شد. نمونهٔ ذکرشده نمونه‌ای از نقش و اثرهای ابتکار و خلاقیت در اشتغال و کارآفرینی است. ازیک‌سو، نبود نوآوری و خلاقیت در بین روستاییان یا مسؤلان می‌تواند خسارت‌های جبران‌ناپذیر وارد کند و برعکس، وجود نوآوری می‌تواند موجب کارآفرینی و تولید ثروت شود. با توجه به مباحث پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- توجه به نوآوری به‌عنوان اساسی‌ترین عامل توسعه و مدنظر قراردادن آن در برنامه‌ریزی‌های روستایی؛
- تفکیک دو مقولهٔ اشتغال‌زایی و کارآفرینی از یکدیگر و پی‌بردن به اینکه موتور محرکهٔ کارآفرینی نوآوری است؛
- نوآوری منحصر به سن یا دورهٔ خاصی از زندگی نیست؛ از آغاز تولد تا زمان پیری تمامی عوامل در آن دخیل هستند؛
- تلاش مداوم دولت و ایجاد بسترهای مناسب در کاهش هزینه‌های نوآوران کارآفرین در تمامی زمینه‌ها ازجمله تأمین نیازهای تولیدی تا عرضهٔ محصولاتشان به تمامی نقاط جهان؛
- کاهش تبعیض جنسیتی برای حضور بیشتر زنان در تقویت نوآوری و ارتقای بهره‌وری؛
- افزایش سطح آگاهی و تحصیلات خانواده و اثرهای مستقیم آن بر افزایش سطح تحصیلات فرد، تخصص و نوآوری؛
- ایفای نقش اقتصادی مؤثرتر کشور در معادلات و نظم جهانی در مقایسه با جایگاه فعلی
- تبدیل الگوی تقلیدکردن و مقلدبودن به الگوی تغییر و نوآوربودن؛
- حمایت و تقویت بخش تولید تجهیزات و ادوات کشاورزی؛
- تشکیل و راه‌اندازی دوره‌های آموزش کارآفرینی و نوآوری و اختصاص دروس خاص کارآفرینی و نوآوری در رشته‌های تحصیلی متناسب؛
- تقویت فعالیت‌های نوآورانه در ارتقای سطح تولید زعفران و کشمش به‌عنوان محصول خاص ناحیهٔ موردمطالعه.

کتابنامه

۱. احمدی، ع. ا.، درویش، ح.، و نجاری، ر. (۱۳۸۷). *مبانی کارآفرینی*. تهران : انتشارات دانشگاه پیام نور.

۲. استانداری خراسان شمالی. (۱۳۹۲). *آخرین تقسیمات کشوری شهرستان فاروج*. بجنورد: استانداری خراسان شمالی.

۳. اکبری لنگوری، ج. (۱۳۹۱). بررسی نقش کارآفرینی بر توسعهٔ پایدار اقتصادی (نمونهٔ موردی کارگاه‌های زودبازده شهر بابل). مقالهٔ ارائه‌شده در *کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان*، مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد واحدهای فناوری و ارتباط با صنعت (جامعه)، ۲۳ آبان، بابلسر.

٤. امیری، ف. (۱۳۹۲). ارائهٔ یک مدل انتقال تکنولوژی شرکت های کارآفرین بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات. مقالهٔ ارائه‌شده در *اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار*، ۳ بهمن، همدان.

۵. حیدری ساربان، و. (۱۳۹٤). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل. *مجلهٔ جغرافیا و توسعه*، *۱۳*(۳۸)، ۱۵۱–۱٦۸.

٦. دشمن زیاری، ا.، طلایی، ق.، و رجبیان تابش، آ. (۱۳۹۲). *مبانی و اصول کارآفرینی–تئوری و کاربردی–بنگاه‌های کوچک و متوسط و بزرگ*. تهران: انتشارات مهربان نشر.

۷. رضوان، ق. ع.، آگهی، ح.، علی بیگی، ا. ح.، و زرافشانی، ک. (۱۳۹٤). شناسایی چالش‌های بازاریابی کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه. *فصلنامهٔ پژوهش‌های روستایی*، ٦(۱)، ٤۷–٦٤.

۸. رضوانی، م. ر. (۱۳۸۳). *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی روستایی در ایران*. تهران: نشر قومس.

۹. رضوانی، م. ر.، و نجارزاده، م. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعهٔ نواحی روستایی (مطالعهٔ موردی: دهستان براآن جنوبی، استان اصفهان). *مجلهٔ توسعهٔ کارآفرینی*، *۲*، ۱٦۱–۱۸۸.

۱۰. رکن‌الدین افتخاری، ع. ر.، و سجاسی قیداری، ح. (۱۳۸۹). *توسعهٔ روستایی با تأکید بر کارآفرینی*. تهران: انتشارات سمت.

۱۱. رکن‌الدین افتخاری، ع. ر.، طاهرخانی، م.، و سجاسی قیداری، ح. (۱۳۸۸). تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی: روستاهای شهرستان خدابنده. *فصلنامهٔ روستا و توسعه*، *۱۲*(۳)، ٤۳–۷۲.

۱۲. زالی، م. ر.، و رضوی، م. (۱۳۸۷). *پژوهشی در زمینهٔ موانع توسعهٔ کارآفرینی در ایران*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۱۳. سجاسی قیداری، ح. ا. (۱۳۸۷). *مطالعه و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی (منطقهٔ موردمطالعه شهرستان خدابنده)* (پایان‌نامهٔ منتشرنشدهٔ کارشناسی‌ارشد رشتهٔ جغرافیا وبرنامه‌ریزی روستایی)، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

۱٤. سرشماری نفوس و مسکن خراسان شمالی. (۱۳۹۵). *مرکز آمار ایران*. بجنورد: استانداری خراسان شمالی.

۱۵. سعیدا اردکانی، س.، کنجکاو منفرد، ا. ر.، حکاکی، س. م.، و رضایی دولت‌آبادی، ح. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعهٔ نوآوری فردی. *فصلنامهٔ مدیریت توسعهٔ فناوری*، *۱*(۲)، ۱۳۵–۱۵۵.

۱٦. شاه‌حسینی، ا.، کاووسی، ا.، و چاوش‌باشی، ف. (۱۳۸۸). *نوآوری و کارآفرینی*، تهران: آییژ.

۱۷. شهبازی، ک.، حسن‌زاده، ا.، و جعفرزاده، ب. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری‌تر رشد اقتصادی. *دوفصلنامهٔ نوآوری و ارزش‌آفرینی*، ۲(۵)، ٤٤–٥٦.

۱۸. صیادی، س.، و طالبی، ف. (۱۳۹۱، آبان). خلاقیت و نوآوری بایسته‌های رفتاری برای توسعهٔ کارآفرینی. مقالهٔ ارائه‌شده در *کنفرانس ملی کار آفرینی و مدیریت کسب‌وکار های دانش‌بنیان*، مراکز سه‌گانهٔ کارآفرینی، رشد واحدهای فناوری و ارتباط با صنعت (جامعه)، ۲۳ آبان، بابلسر.

۱۹. علیدوست، س.، ولشکرآرا، ف. (۱۳۹۲). اولویت‌بندی موانع توسعهٔ کارآفرینی زنان روستایی گرمسار. *پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ٦(۱)، ۷ –۱٦.

۲۰. فراهانی، ح.، و حاجی‌حسینی، س. (۱۳۹۰). نقش کارآفرینی روستایی در توسعهٔ پایدار روستا. مقالهٔ ارائه‌شده در *اولین همایش جغرافیا و برنامه‌ریزی توسعهٔ روستایی*، ۲۳و ۲٤ آذر، دانشگاه فردوسی مشهد.

۲۱. فرجی سبکبار، ح. ع.، بدری، س. ع.، سجاسی قیداری، ح.، صادقلو، ط.، و شهدادی خواجه‌عسگر، ع. (۱۳۹۰). اولویت‌بندی توسعهٔ کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتی (دهستان حومهٔ بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان). *مجلهٔ پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، *۷۵*، ۵۳–٦۸.

۲۲. قادر مرزی، ح.، جمشیدی، ع. ر.، جمینی، د، و نظری سرمازه، ح. (۱۳۹۳). شناسایی موانع توسعهٔ کارآفرینی زنان روستایی (مطالعهٔ موردی: دهستان شلیل شهرستان اردل). *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، *۵*(۱۷)، ۱۰۳–۱۱۸.

۲۳. قدیری معصوم، م.، .چراغی، م.، کاظمی، ن.، و زارع، ز. (۱۳۹۳). تحلیل موانع توسعهٔ کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان غنی بیگلو، شهرستان زنجان. *اقتصاد فضا و توسعهٔ روستایی*، ۳(۱)، ۳–۱۷.

۲٤. مرکز آمار ایران. (۱۳۹۰). *سرشماری نفوس مسکن. شهرستان فاروج*. بجنورد: استانداری خراسان شمالی.

۲۵. مریدسادات، پ. (۱۳۹۳). طراحی الگوی سیاست توسعهٔ کشاورزی پایدار با رویکـرد کارآفرینانـه (رسالهٔ منتشرنشدهٔ دکتری). رشتهٔ جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۲٦. مه‌نگار، ف.، و پیکری‌فر، ف. (۱۳۹۲). *مبانی کارآفرینی، پـروژهٔ طـرح کسـب‌وکار جدیـد*. تهـران: انتشارات مهرگان قلم.
۲۷. ناصری، م. ر. (۱۳۹۰). *مقدمه‌ای بر کارآفرینی و پروژه*. مشهد: آهنگ قلم.
۲۸. یعقوبی، ن. م. (۱۳۸۹). روستای الکترونیک: رهیافت مبتنی‌بر فناوری اطلاعات در سیاست گـذاری مدیریت روستایی. *سیاست علم و فناوری*، ۳(۲)، ۹۵-۱۰٤.

29. Ardagna, S., & Lusardi, A. (2008). *Explaining international differences in entrepreneurship: The role of individual characteristics and regulatory constraints* (No. w14012). National Bureau of Economic Research.
30. Ashomre, C. (2008). *Criteria for youth entrepreneurship education*. Consortium for entrepreneurship education. Retrieved from www. entre-ed. org/ _entre/ criteria.html
31. Balcik, B., & Beamon, B. M. (2008). Facility location in humanitarian relief. *International Journal of Logistics, 11*(2), 101-121.
32. Chambers, E. J., & Shaw, S. E .(2004). *A primer on western Canadian entrepreneurship.* Western Centre for Economic Research, University of Alberta. Retrieved from https://b2n.ir/614532
33. Dabson, B. (2002). Strengthening local rural economies through entrepreneurship. *The American Midwest: Managing Change in Rural Transition*, 177.
34. Hisrich, R., Peters, M., & Dea, S. (2005). *Entrepreneurship*. New York, NY: MC Grow Hill.
35. Jancikova, H. (2004). *The entrepreneurial factor in economic growth. Organization Studies, 20*(6), 1011-1033.
36. Johannessen, J. A., Olaisen, J., & Olsen, B. (2001). Mismanagement of tacit knowledge: the importance of tacit knowledge, the danger of information technology, and what to do about it. *International Journal of Information Management, 21*(1), 3-20.
37. Kaushik, S. K., Kaushik, S., & Kaushik, S. (2006). How higher education in rural India helps human rights and entrepreneurship. *Journal of Asian Economics, 17*(1), 29-3.
38. Kuratko, D. F., & Hadgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship theory, process and practice*. Cincinnati, OH: South-Western College Pub.
39. Laukkanen, M. (2003). Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university-based business. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 10*(4), 372-382.

40. Martin, J. S., & Novicevic, M. (2010). Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes. *International Journal of Intercultural Relations*, *34*(5), 482-492.
41. Patel, B., & Chavda, K. (2013). Rural entrepreneurship in India: Challenge and problems. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies, 1*(2), 28-37.
42. Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography, 35*(1), 308-315.
43. Santhi, N., & Kumar, S. R. (2011). Entrepreneurship challenges and opportunities in India. *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science, 1*, 14-16.
44. Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM), 3*(1), 23-29.
45. Sobel, R. S. & King, K. A. (2008). Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship? *Economics of Education Review, 27*, 429-438.
46. Uslu, Y. D., Hancıoğlu, Y., & Demir, E. (2015). Applicability to green entrepreneurship in Turkey: A situation analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 195*, 1238-1245.
47. Wilton, W., & Toh, W. (2012). Determinants of entrepreneurship: A framework for successful entrepreneurship. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 8*(3), 285-296.